

Persaingan media massa dewasa ini semakin kompetitif untuk mendapatkan konsumen. Terutama persaingan antara stasiun radio swasta di Yogyakarta. GLOBAL FM sebagai “radio berita” mempunyai strategi-strategi tertentu dalam menghadapi ketatnya persaingan antar radio, seperti halnya radio yang mereka anggap menjadi kompetitor yang ada di Jogja. Persaingan yang terjadi dalam hal apapun, baik musik, program, stasiun, dan iklan untuk menarik perhatian khalayak dan minat pengiklan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui berbagai strategi komunikasi pemasaran radio GLOBAL FM Jogja untuk menarik minat pengiklan. Upaya-upaya yang dilakukan GLOBAL FM dalam menghadapi persaingan antar radio kompetitor, factor penentu keberhasilan GLOBAL FM dalam menarik klien dan hambatan-hambatan yang dialami dalam melaksanakan strategi tersebut. Teknik pengumpulan data dengan melakukan *interview* kepada *Program Officer, Marketing, Account Executif*, dan klien. Peneliti juga melakukan observasi serta didukung dengan dokumen dan studi pustaka. Jenis penelitian yang dipakai yaitu deskriptif kualitatif dengan menggambarkan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta sari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu yang terjadi. Dari hasil penelitian yang dilakukan, GLOBAL FM menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang ada dalam bauran pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung, penjualan langsung, humas, dan pensponsoran. Namun yang menjadi perhatian utama dan sering mereka terapkan dalam menjalankan strategi tersebut yaitu periklanan dan pensponsoran. Mereka menganggap strategi tersebut lebih efektif dan efisien dalam membidik konsumen meski dalam pelaksanaannya semuanya saling melengkapi. Strategi yang tepat dan sesuai akan lebih efektif untuk mencapai target yang diharapkan. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan GLOBAL FM menitikberatkan konsentrasi pada periklanan dan pensponsoran untuk menarik minat pengiklan karena lebih efektif dan efisien dibanding dengan strategi yang lain.